

STRATEGI PENINGKATAN PROFIT BISNIS MAHASISWA (Studi Kasus Kerjasama Akad Al-Qordh Pada Bisnis Start-Up)

Siti Nur Indah Rofiqoh* dan Diah Fithrah Hafiliyah**

* Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAI Qomaruddin Gresik

**Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAI Qomaruddin Gresik

ABSTRAK

Analisis strategi peningkatan profit bisnis penting untuk memberi stimulus bagi mahasiswa dalam memulai usaha atau bisnis start-up. Penelitian ini menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP) dalam pengambilan keputusan. Menggunakan tiga kriteria dan tiga alternatif yang dinilai oleh key person, merupakan tahapan pengambilan keputusan strategi. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis prioritas strategi peningkatan profit bisnis menggunakan studi kasus kerjasama pemanfaatan dana al-qordh pada bisnis start-up mahasiswa. Kesimpulan penelitian menunjukkan hasil bahwa kombinasi pilihan kriteria dan alternatif dalam strategi utama peningkatan profit bisnis start-up adalah praktik bisnis reseller dengan eigenvector 0,655. Adapun kriteria strategi peningkatan profit bisnis diprioritaskan pada variasi harga produk dengan skor eigenvector 0,665.

KATA KUNCI: Profit, Bisnis Start-Up, Mahasiswa dan AHP

ABSTRACT

Analysis of strategies to increase business profit is important to provide a stimulus for students to start a business. This study uses Analytical Hierarchy Process (AHP) to make strategic decision. Use three criteria and three alternatives assessed by key persons are the stage of strategic decision making. The purpose of the research is to analyze the priority of the strategy of increasing business profit using a case study of Al-Qordh agreement in university. The conclusion of the study shows the combination result of criteria and alternatives in the main strategy of increasing the profit of the start-up business is reseller business practice with eigenvector score 0,655. The strategy criteria for increasing business profit are prioritized on variations in product price with eigenvector score 0,665.

KEY WORDS: Profit, Business Start-Up, University Student and AHP

PENDAHULUAN

Peningkatan profit usaha diperlukan untuk memberi stimulus bagi mahasiswa dalam memulai usaha atau bisnis *start-up*. Profit atau laba merupakan selisih surplus antara total biaya dan total pendapatan usaha. Peningkatan profit usaha akan berdampak pada banyaknya pengusaha muda (berstatus mahasiswa). Penelusuran *online* mencatat beberapa bisnis pemula yang dapat dipraktikkan pengusaha muda pemula seperti: bisnis toko serba ada, jasa *laundry*, kuliner makanan dan minuman, angkringan, jasa salon dan *reseller*.¹ Bisnis pemula merupakan bisnis yang tidak membutuhkan modal besar, keahlian khusus dan manajemen yang kompleks karena pelaku bisnis belum memiliki pengalaman (Ajija, 2018). Banyak universitas yang berperan sebagai lembaga pembina dan penetas bisnis *start-up* (Agustina, 2015).

Universitas memiliki peluang sebagai pencetak bisnis *start-up* karena proses pembelajaran di universitas menuntut kegiatan interaktif dan integratif. Proses pembelajaran saintifik, kontekstual, kolaboratif dan berpusat pada mahasiswa berpedoman pada permenristek dikti nomer 44 tahun 2015. Pembelajaran kolaboratif berarti pembelajaran yang dilakukan secara bersama-sama, memanfaatkan sumber daya ekonomi dan keterampilan bisnis lokal. Model kolaboratif ditandai adanya interaksi antar lembaga pendukung bisnis, dimana anggota lembaga secara aktif berinteraksi, berbagi pengalaman dan mengambil peran. Lembaga pendukung bisnis *start-up* menurut Rofiqoh (2018) antara lain: lembaga keuangan, lembaga inkubator bisnis, konsultan bisnis, lembaga bisnis *exist* dan lembaga peneliti bisnis.

Studi mengenai strategi pengembangan minat wirausaha melalui proses pembelajaran oleh Alimudin (2015) menggunakan SWOT analisis dan matrik GE merekomendasikan pemetaan karakteristik mahasiswa berdasarkan *softskill*. Pendampingan mitra usaha dan pembelajaran berbasis project bisnis juga dapat meningkatkan minat wirausaha. Selain itu, universitas sebagai inkubator bisnis harus

¹ Adji. 2018. Peluang Usaha Pemula, dari <http://www.berdesa.com/peluang-usaha-untuk-pemula-anti-gagal/>, diunduh 19 Maret 2018.

menugaskan dosen praktisi yang kompeten dalam proses pembelajaran. Ahmad dan Saputro (2015) melakukan eksplorasi kunci sukses wirausaha wanita pada tiga faktor: 1). Kerjasama pemodal lembaga keuangan 2). Pelatihan motivasi wirausaha 3). Inspirasi sukses wirausaha *exist*. Hasil eksplorasi menunjukkan bahwa tiga faktor tersebut berpengaruh terhadap produktivitas dan profit usaha. Penelitian mengenai penguatan karakter wirausaha Indonesia melalui konsep *islamic entrepreneurship* oleh Kholiluzzair (2014) menyebutkan bahwa nilai-nilai Islam harus dijadikan dasar sebagai penguatan karakter wirausaha Indonesia. Penguatan karakter wirausaha Indonesia diarahkan pada poin dampak transaksi bisnis dan teladan bisnis. Dampak transaksi bisnis yang halal dan baik serta teladan bisnis yang terbentuk dari kearifan lokal (lingkungan, pendidikan dan pelatihan) akan menguatkan karakter wirausaha Indonesia.

Penguatan wirausaha Indonesia akan mengurangi jumlah angka pengangguran terbuka di Indonesia.² Angka pengangguran terbuka merupakan persentase jumlah pengangguran terhadap jumlah angkatan kerja. Secara periodik, angka pengangguran terbuka dalam laporan Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) Indonesia dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1
Jumlah Angkatan Kerja Indonesia dan Angka Pengangguran Terbuka

Tahun	Jumlah Angkatan Kerja	Angka Pengangguran Terbuka (%)	Jumlah Pengangguran Terbuka
2007	171.456.000,00	9,1	15.602.496
2008	153.552.000,00	8,4	12.898.368
2009	155.500.800,00	7,9	12.284.563
2010	161.464.500,00	7,1	11.463.980
2011	165.286.000,00	6,6	10.908.876
2012	166.381.200,00	6,1	10.149.253
2013	166.198.400,00	6,2	10.304.301
2014	167.965.200,00	5,9	9.909.947
2015	168.119.000,00	6,2	10.423.378
2016	171.518.100,00	5,6	9.605.014
2017	169.322.900,00	5,3	8.974.114
2018	169.064.700,00	5,1	8.622.300

Sumber: BPS Indonesia

² Agustina, Tri Siwi. 2011. *Peran Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi Dalam Meminimalkan Resiko Kegagalan Bagi Wirausaha Baru pada Tahap Awal (Start-Up)*. Majalah Ekonomi. Vol. XXI, No. 1, 64-75

Di tahun 2018, angka pengangguran terbuka Indonesia turun sebesar 5,1%. Secara nominal nilai tersebut berarti sejumlah 8.622.300 orang angkatan kerja meganggur di Indonesia. Tingginya angka pengangguran terbuka disebabkan faktor-faktor berikut: 1). Keterbatasan lapangan kerja 2). Minimnya akses tenaga kerja dalam memperoleh kerja 3). Keterampilan dan karakter tenaga kerja yang kurang kompeten. Kompetensi tenaga kerja dapat ditingkatkan melalui penyelarasan sistem pendidikan tinggi dengan kebutuhan pasar tenaga kerja lokal.³ Sistem pendidikan tinggi yang baik dan selaras dengan kebutuhan pasar kerja akan berdampak pada pembangunan ekonomi skala lokal, regional, nasional maupun internasional.

Pembangunan ekonomi melalui bisnis kreatif difokuskan pada pembentukan wirausaha. Menurut Zimmerer dan Scarborough dalam Agustina (2015:3) wirausaha adalah *“A person who creates a new business in the face of risk and uncertainty for the purpose of achieving profit and growth by identifying opportunity and assembling the necessary resources to capitalize on those opportunities”* atau individu pencipta bisnis baru, bersedia menghadapi resiko dan ketidakpastian demi memperoleh keuntungan yang terus tumbuh dengan cara pemanfaatan sumber daya yang dimiliki setelah melakukan identifikasi peluang pasar. Penciptaan ide bisnis kreatif dapat menjadi solusi bagi pengangguran terbuka karena otomatis tenaga kerja menciptakan lapangan kerja mandiri dan bahkan memiliki peluang menyerap tenaga kerja lain.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis alternatif prioritas strategi peningkatan profit bisnis *strat-up* mahasiswa. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah adanya kerjasama akad *Al-Qordh* pada pembelajaran matakuliah kewirausahaan dan E-commerce pada subyek penelitian. Kerjasama akad *Al-Qordh* merupakan pemanfaatan dana bergulir tanpa margin atau *profit sharing* untuk memenuhi misi sosial, inkubator bisnis. Sesuai Firman Allah dalam QS. Al-Baqoroh [2]:280 berikut:

وَإِنْ كَانَتْ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۚ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ ۖ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٨٠﴾

³ Madgali, Jwharh. 2015. *Aligning Educational System and Local Labour Market Needs In The Gulf Cooperation Council (GCC): The Need For Holistic Strategies*. TheWEI International Academic Conference Proceedings Barcelona, Spain. Vol. 2, No. 9, 1019-1049

Artinya: *Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui* (QS. Al-Baqoroh [2]:280)

Penetapan mata kuliah kewirausahaan sebagai penciri IAI Qomaruddin yang mengacu pada penyelenggaraan Kerangka Kurikulum Nasional Indonesia (KKNI) dan kerjasama pembiayaan akad *Al-Qordh* dari BMT MUDA Jawa Timur pada periode praktik bisnis merupakan poin khas yang menjadikan IAI Qomaruddin layak dijadikan subyek penelitian dalam analisis strategi peningkatan profit bisnis *strat-up* mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dengan penetapan tiga kriteria dan tiga alternatif oleh *keyperson*. Keterbatasan penelitian terletak pada homogenitas responden. Sehingga generalisasinya belum tentu dapat menjadi acuan untuk penelitian lanjutan. Keterbatasan penelitian tersebut juga dapat menjadi peluang adanya *research gap* dengan tema inkubator bisnis untuk subyek penelitian lain.

METODOLOGI PENELITIAN

Analytic Hierarchy Process (AHP) merupakan salah satu metode pengambilan keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty pada tahun 1970. AHP digunakan untuk penelitian yang berhubungan dengan strategi prioritas. Penetapan prioritas didasarkan pada suatu proses yang terstruktur (hirarki) dan logis. AHP membantu memecahkan masalah yang kompleks melalui penyusunan hirarki kriteria yang dinilai secara obyektif oleh responden pakar atau *keyperson*, kemudian dilakukan analisis melalui pertimbangan bobot nilai. Prosedur penilaian perbandingan berpasangan dalam AHP mengacu pada skor penilaian yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty dalam tabel berikut:

Tabel 2

Tabel Penentuan Skor Kriteria dan Alternatif Kriteria

Intensitas Penting	Definisi
1	Kedua elemen/ alternatif sama pentingnya (equal)
3	Elemen A sedikit lebih esensial dibanding elemen B (moderat)
5	Elemen A lebih esensial dari elemen B (strong)
7	Elemen A jelas lebih esensial dari elemen B (very strong)
9	Elemen A mutlak lebih esensial dari elemen B (strongest)
2,4,6,8	Nilai-nilai antara di antara dua perimbangan yang berdekatan

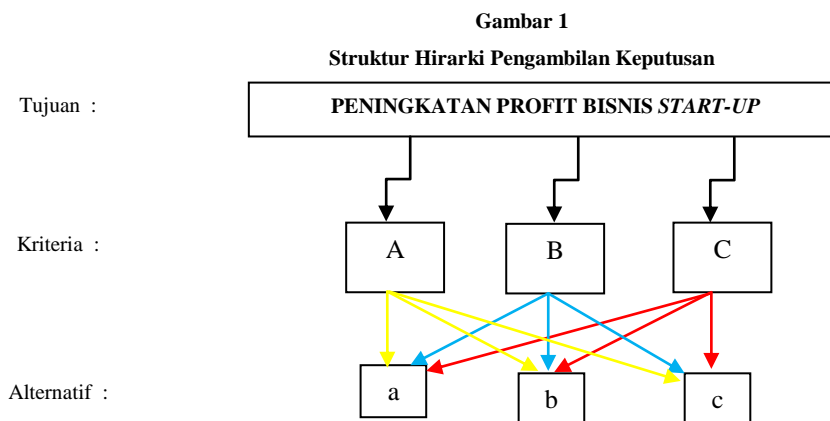
Sumber: Matrix Perbandingan Berpasangan, Thomas L. Saaty

Penyusunan matriks dan uji konsistensi melalui cara manual menggunakan *software Ms.excel* diawali dengan menyusun matriks berpasangan. Langkah awal adalah menyatukan pendapat dari jawaban tiga kuisioner yang telah diisi oleh pakar (mahasiswa, dosen dan pengelola BMT) menggunakan persamaan rata-rata geometri:

$$GM = \sqrt[3]{A_{MHS} \times A_{DSN} \times A_{PGL}}$$

Nilai hasil perhitungan digunakan untuk menyusun matriks perbandingan berdasarkan tingkat kepentingan kriteria, dengan terlebih dahulu menentukan uji konsistensi. Hasil penilaian yang konsisten akan menghasilkan nilai rasio konsistensi (CR) < 10%.

Terdapat tiga alternatif strategi peningkatan profit yang ditetapkan sesuai hasil diskusi evaluasi perkuliahan kewirausahaan. Pertama, praktik bisnis jasa. Kedua, praktik bisnis *reseller*. Ketiga, praktik bisnis kuliner. Adapun kriteria yang ditetapkan untuk mencapai tujuan peningkatan profit prkatik wirausaha mahasiswa antara lain: 1). Variasi harga produk 2). Kualitas produk dan 3). Promosi produk. Dalam struktur hirarki pengambilan keputusan pada kriteria dan alternatif dapat digambarkan dalam gambar 1 berikut:



Sumber: Survey Responden, Hasil Evaluasi Praktik

Keterangan:

Kriteria :

- kriteria A = Variasi harga produk
- kriteria B = Kualitas produk
- kriteria C = Promosi produk

Alternatif :

- Alternatif a = Praktik bisnis jasa

Alternatif b = Prakti bisnis kuliner
Alternatif c = Praktik bisnis *reseller*

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan studi dokumentasi data praktik bisnis. *Keyperson* sebagai responden dalam wawancara memiliki kriteria:

1. Aktif dan produktif dalam kegiatan praktik bisnis.
2. Memiliki kemampuan profesional yang diakui secara akademik dan masyarakat luas.
3. Memiliki produktivitas yang tinggi dalam bidang ilmiah
4. Memiliki reputasi, kedudukan dan telah menunjukkan kredibilitas sebagai ahli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik bisnis pada mata kuliah kewirausahaan di IAI Qomaruddin dilakukan sejak tahun ajaran 2012/2013. Kerjasama dana bergulir yang dimiliki BMT MUDA menggunakan skema akad *Al-Qordh*, sehingga mahasiswa memiliki semangat yang lebih tinggi untuk praktik bisnis *start-up*. Kerjasama dilakukan selama 1 bulan atau 4 minggu berturut-turut praktik transaksi bisnis. Pada tahap awal, mahasiswa harus mengajukan proposal bisnis yang berisi ide bisnis, latarbelakang, gambaran produk dan estimasi laporan keuangan yang dinilai kelayakannya oleh tim BMT. Proposal bisnis yang layak akan mendapat support dana bisnis start-up dengan skema akad *Al-Qordh*. Pada masa praktik bisnis, mahasiswa harus menyisihkan profitnya dalam tabungan kelompok yang dimonitor langsung oleh komting kelas. Pada semester genap, mata kuliah kewirausahaan diselenggarakan untuk program studi Pendidikan Agama Islam, Manajemen Pendidikan Islam dan Perbankan Syariah. Pada semester ganjil, mata kuliah kewirausahaan diselenggarakan untuk program studi Ekonomi Syariah dan *Ahwal Asy-syakhsyyah*.

Penelitian ini menetapkan *keyperson* dari dua mahasiswa, dua dosen dan dua pengelola BMT. Dua mahasiswa tersebut adalah Novita Ribhatun Nafa'ah dan Nafi'atun. Kedua mahasiswa tersebut meraih nilai tertinggi dalam perkuliahan kewirausahaan di IAI Qomaruddin Gresik. Adapun dua dosen yang ditetapkan sebagai

keyperson adalah Siti Nur Indah Rofiqoh, MM dan Diah Fithrah Hafilia, MSEI. Dua dosen tersebut merupakan praktisi bisnis dibawah UD. Akor Wirabuana dan *reseller* buku (Sygma dayainsani dan penerbit lain). Adapun pengelola BMT yang menguji kelayakan bisnis adalah Siti Mudawamah, ST dan Ahmad Al-Hafidz, ST. Matriks penilaian dihitung menggunakan persamaan rata-rata geometri.

Hasil penilaian kriteria paling penting diantara tiga kriteria (variasi harga produk, kualitas produk, promosi produk) menghasilkan skor prioritas tertinggi dengan *Eigenvector* 0,665 pada kriteria variasi harga produk. Skor *Eigenvector* 0,231 pada kriteria promosi produk dan skor *Eigenvector* 0,103 pada kriteria kualitas produk. Hasil tersebut sesuai dengan hasil perhitungan dalam tabel 3 berikut:

Tabel 3
Hasil Perhitungan Matrix Prioritas Kriteria

Kriteria	<i>Eigenvector</i>
Variasi harga produk	0,665
Kualitas produk	0,103
Promosi produk	0,231

Sumber: Pengolahan Data Metode AHP Menggunakan Ms.Excel

Praktik bisnis *start-up* harus mengedepankan variasi harga produk. Variasi harga ditujukan untuk menyediakan produk sesuai daya beli konsumen pemula. Secara psikologis, terdapat dua tujuan penetapan harga produk bisnis *start-up*, yaitu perolehan laba dan bukan laba. Perolehan laba merupakan nilai uang yang didapat wirausahawan dari adanya selisih biaya total dan pendapatan total. Adapun perolehan manfaat bukan laba ditujukan untuk mempertahankan *market share*, kepuasan konsumen dan pelanggan, serta pencapaian target investasi. Pada tahap awal, variasi harga produk lebih pada perolehan manfaat laba. Penetapan variasi harga produk dapat dilakukan dengan beberapa cara. Pertama, *one price policy* atau penetapan harga yang sama atas produk sejenis. Contoh: nasi mahasiswa serba Rp 5000. Kebijakan *One price policy* diperbolehkan jika harga pokok perolehan produk relatif sama. Kedua, *discounting price policy* atau penetapan harga dengan memberikan diskon apabila membeli secara kontan atau jumlah yang relatif banyak. Contoh: transaksi 3 produk dapat bonus 1, pemberian harga khusus tanggal lahir dan lain sebagainya. *Discounting price policy* mensyaratkan semua informasi disampaikan sebelum berlangsung akad jual beli.

Adapun hasil penilaian prioritas alternatif pada tiga kriteria dilakukan dengan membandingkan masing-masing kriteria untuk tiga alternatif. Pertama, praktik bisnis jasa. Kedua, praktik bisnis *reseller*. Ketiga, praktik bisnis kuliner. Pada kriteria variasi harga produk, diperoleh skor prioritas tertinggi dengan *Eigenvector* 0,723 pada alternatif praktik bisnis *reseller*. Bisnis *start-up* menggunakan skema *learning by doing* pada praktik *reseller* memberi peluang paling besar untuk penetapan variasi harga produk. *Reseller online* menjadi pilihan utama bisnis *start-up* karena ancaman resiko relatif kecil atau bahkan nol. Namun dalam proses pencapaian profit maksimal, *reseller* harus memiliki target transaksi. Oleh karena itu, pelaku bisnis *reseller start-up* harus memiliki tabungan profit yang tercatat rapi. Penelitian Ahmad dan Saputro (2015) mendukung hasil penilaian prioritas alternatif tersebut. Hasil perhitungan metode AHP sesuai dengan tabel 4 berikut:

Tabel 4
Hasil Perhitungan Matrix Prioritas Alternatif Kriteria Variasi Harga Produk

Alternatif	<i>Eigenvector</i>
Praktik bisnis jasa	0,193
Praktik bisnis <i>reseller</i>	0,723
Praktik bisnis kuliner	0,083

Sumber: Pengolahan Data Metode AHP Menggunakan Ms.Excel

Pada kriteria kualitas produk diperoleh skor prioritas tertinggi dengan *Eigenvector* 0,723 pada alternatif praktik bisnis kuliner. Kualitas produk (masa kadaluarsa, rasa yang diminati calon konsumen, bentuk dan kemasan serta faktor lain penentu kualitas) pada praktik bisnis kuliner secara *real-time* dapat ditentukan oleh pelaku bisnis *start-up*. Teori Robert Epstein menjelaskan upaya-upaya melatih kreatifitas bisnis *start-up* melalui *capturing* atau mencatat masukan seketika terlintas dan *surrounding* atau berinteraksi dengan lingkungan yang dinamis. Kedua upaya tersebut dapat dilakukan langsung oleh pelaku bisnis kuliner. Kualitas produk bisnis kuliner *start-up* juga dapat diukur dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial atau testimoni. Kualitas yang baik dengan harga variatif (terjangkau) merupakan poin keunggulan pengembangan bisnis *start-up*.

Pengembangan bisnis kuliner *start-up* juga memerlukan kreatifitas. Proses tahapan produk harus dilalui, mulai dari pengenalan produk atau *introducing*,

pertumbuhan produk, pendewasaan produk, dan antisipasi adanya penurunan daur hidup produk. Tahapan *introducing* dibutuhkan untuk pengenalan produk kepada target pasar. Pada tahapan *introducing* promosi sangat diperlukan. Adapun tahap selanjutnya adalah pertumbuhan produk (*growth*) ditandai dengan peningkatan penjualan. Promosi harus dilakukan lebih gencar dan pencapaian profit maksimal harus dicapai pada tahap ini. Analisis pesaing harus diwaspadai, karena mulai banyak peniru produk. Tahapan produk berikutnya adalah pendewasaan produk (*maturity*). Pada tahap ini, produk mulai berada pada titik jenuh dan kuantitas penjualan relatif konstan. Pebisnis harus menerapkan strategi yang dapat menarik minat konsumen, karena memungkinkan adanya pesaing oligopoli. Pada tahap akhir atau tahap penurunan daur hidup produk (*decline*) merekomendasikan penggantian produk lama dengan produk baru. Hasil perhitungan *Eigenvector* pada kriteria kualitas produk alternatif prioritas praktik bisnis kuliner sesuai dengan tabel 5 berikut:

Tabel 5
Hasil Perhitungan Matrix Prioritas Alternatif Kriteria Kualitas Produk

Alternatif	<i>Eigenvector</i>
Praktik bisnis jasa	0,083
Praktik bisnis <i>reseller</i>	0,193
Praktik bisnis kuliner	0,723

Sumber: Pengolahan Data Metode AHP Menggunakan Ms.Excel

Adapun hasil penilaian prioritas alternatif pada kriteria promosi produk diperoleh skor prioritas tertinggi dengan *Eigenvector* 0,665 pada alternatif praktik bisnis *reseller* atau kegiatan jual beli produk dan jasa yang dimiliki produsen lain, dengan harga yang lebih rendah untuk dijual kembali dengan harga yang lebih tinggi. Promosi produk yang disampaikan oleh pelaku bisnis *reseller* cukup dilakukan dengan mengikuti strategi promosi yang telah ditetapkan oleh pemilik produk. Peluang memasuki pasar bisnis *reseller* dan promosi produk dapat dilakukan melalui *success story* dari praktisi sebelumnya (*exist reseller*) sehingga dapat memberi teladan transaksi yang berkelanjutan. Dalam akun digitalmarketer, *reseller online* memiliki beberapa kekuatan dan peluang. Pertama, mudah untuk ditekuni oleh pebisnis *start-up*. Kedua, modal yang dibutuhkan tidak banyak atau bahkan nol, karena *reseller* fokus pada perluasan pasar.

Ketiga, tidak memerlukan gudang atau sewa toko untuk *stock* barang. Keempat, tidak membutuhkan pegawai sehingga profit yang diterima dapat maksimal.

Analisis produk *reseller* yang memiliki banyak peluang mendatangkan profit dapat dilakukan dengan terlebih dahulu memahami permintaan pasar, persaingan pasar, harga dan ketersediaan barang pada produsen. Promosi produk bisnis *reseller* dapat dilakukan dengan *product knowledge* atau pemahaman produk yang akan kita transaksikan. Pebisnis *start-up* harus dapat menjelaskan keunggulan produk, mengenali kompetitor (membuat list, mengunjungi *website* dan mengikuti sosial media yang dimiliki kompetitor). Promosi produk *reseller* juga dapat dilakukan dengan cara *online* melalui *market place* atau pasar internet (seperti bukalapak, lazada, tokopedia dan shopee) media sosial (seperti FB, IG, Line dengan konten yang menarik dan kreatif) dan pembuatan *website* serta *email marketing*. Alternatif bisnis reseller dalam analisis AHP menjadi prioritas dalam kriteria promosi produk sesuai dengan hasil perhitungan dalam tabel 6 berikut:

Tabel 6
Hasil Perhitungan Matrix Prioritas Alternatif Kriteria Promosi Produk

Alternatif	<i>Eigen factor</i>
Praktik bisnis jasa	0,103
Praktik bisnis <i>reseller</i>	0,665
Praktik bisnis kuliner	0,231

Sumber: Pengolahan Data Metode AHP Menggunakan Ms.Excel

Berdasarkan perhitungan prioritas kriteria dan alternatif pada setiap kriteria, diperoleh kesimpulan perhitungan matrix prioritas alternatif kombinasi seluruh kriteria tabel 7 berikut:

Tabel 7
Hasil Perhitungan Matrix Prioritas Alternatif Kombinasi Seluruh Kriteria

Alternatif	<i>Eigen factor</i>
Praktik bisnis jasa	0,161
Praktik bisnis <i>reseller</i>	0,655
Praktik bisnis kuliner	0,184

Sumber: Pengolahan Data Metode AHP Menggunakan Ms.Excel

Hasil analisis berdasarkan skor tertinggi dengan *Eigen vector* 0,655 pada praktik bisnis *reseller* menjadi strategi prioritas dalam peningkatan profit bisnis *start-up* mahasiswa. Tahap *start-up* bisnis, dibutuhkan waktu yang fleksibel (bisnis dapat

dikerjakan bersama-sama dengan kegiatan kuliah) modal yang relatif sedikit atau bahkan nol serta fokus pada promosi menggunakan *product knowledge*. Laba bisnis *start-up* merupakan bonus tambahan mahasiswa sebagai *reseller*. Promosi produk dari produsen akan memudahkan pelaku *reseller*. Pendapatan lebih tinggi melalui transaksi bisnis yang berkelanjutan juga menjadi semangat tersendiri bagi para mahasiswa dalam mencapai target profit bisnis *start-up*.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan metode *AHP* menggunakan studi kasus kerjasama akad *Al-Qordh* pada bisnis *start-up*, dapat disimpulkan strategi peningkatan profit wirausaha mahasiswa adalah alternatif bisnis *reseller* dengan prioritas kriteria variasi harga produk (skor *Eigenvector* 0,665). Melalui variasi harga produk, bisnis *reseller* akan mencapai keuntungan maksimal (skor *Eigenvector* 0,723). Adapun kualitas produk dan promosi produk akan memperoleh hasil yang maksimal dengan cara praktik bisnis kuliner dan bisnis *reseller* (skor *Eigenvector* 0,723 dan 0,665). Kombinasi pilihan kriteria dan alternatif dalam strategi utama dalam peningkatan profit wirausaha adalah pilihan alternatif praktik bisnis *reseller* dengan *Eigenvector* 0,655.

Rekomendasi atas simpulan analisis tersebut adalah peningkatan kerjasama akad *Al-Qordh* BMT MUDA dan IAI Qomaruddin Gresik. Skema kerjasama praktik bisnis dapat ditingkatkan dengan mengadakan komeptisi internal atau antar kampus. Selain itu, pemberian kuliah tamu dari praktisi *reseller* tenant BMT MUDA yang telah memiliki *success story* juga dapat menjadi alternatif. Kerjasama dengan dinas terkait mengenai pengurusan ijin usaha atau pembuatan rantai distribusi produk hingga skala internasional dengan pemanfaatan teknologi dan komunikasi juga dapat menjadi rekomendasi lanjutan. Inkubasi bisnis *start-up* mahasiswa oleh kampus dan lembaga keuangan koperasi BMT diharapkan dapat menggali potensi mahasiswa dalam penciptaan bisnis kreatif. Dalam jangka panjang, proses inkubasi tersebut dapat

membantu terget pemerintah (Bank Indonesia) dalam mencapai tujuan sebagai pusat ekonomi syariah dunia di tahun 2024. Penciptaan rantai distribusi halal (*supply chain*) seperti *halal fashion*, *halal tourism*, *halal cosmetics* dan *halal pharmacy* merupakan tujuan akhir inkubasi bisnis *bottom-up*.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih disampaikan kepada Pascasarjana universitas Airlangga

Terima kasih disampaikan kepada LPPM IAI Qomaruddin Gresik

Terima kasih disampaikan kepada Tim BMT MUDA Jatim

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Nur dan Saputro, Edy Purwo. 2015. *Model Sukses Faktor Wirausaha Wanita*. Laporan Penelitian Hibah Bersaing Tahun Pertama, Dikti dari <http://www.digilib.mercubuana.ac.id>, diunduh 19 Maret 2018
- Adji. 2018. *Peluang Usaha Pemula*, dari <http://www.berdesa.com/peluang-usaha-untuk-pemula-anti-gagal/>, diunduh 19 Maret 2018.
- Agustina, Tri Siwi. 2011. *Peran Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi Dalam Meminimalkan Resiko Kegagalan Bagi Wirausaha Baru pada Tahap Awal (Start-Up)*. *Majalah Ekonomi*. Vol. XXI, No. 1, 64-75
- Agustina, T. S. 2015. *Kewirausahaan: Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UMKM di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ajija, Shochrul RA., dkk. (2018). *Koperasi BMT: Teori, Praktik dan Inovasi*. Yogyakarta: Inti Media Komunika
- Alimudin, Arasy. 2015. *Strategi Pengembangan Minat Wirausaha Melalui Proses Pembelajaran*. E-jurnal Manajemen Kinerja, Vol. 1, No. 1, 1-13
- DSN MUI. 2000. *Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 19 tahun 2001*. Dipetik November 19, 2018, dari <https://dsnmu.or.id/>
- Hidayat, Mochamad Junaidi. 2009. *Analisis Industri Budaya pada Desain Produk Kemasan Makanan Industri Kecil Menengah (IKM)*. Jurnal Penelitian Seni Budaya. Vol. 1 No.2.

- Kholiluzzair, Arasy. 2014. *Penguatan Karakter Wirausaha Indonesia Melalui Konsep Islamic Entrepreneurship*. E-jurnal Manajemen Kinerja, Vol. 1, No. 1, 1-13
- Madgali, Jwharh. 2015. *Aligning Educational System and Local Labour Market Needs In The Gulf Cooperation Council (GCC): The Need For Holistic Strategies*. TheWEI International Academic Conference Proceedings Barcelona, Spain. Vol. 2, No. 9, 1019-1049
- Marimin. 1999. *Penyelesaian Persoalan AHP (Analytical Hierarchy Process) dengan Criterium Decision Plus*. Group Pengembangan Teknologi Manajemen dan Sistem Informasi, Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, IPB, Bogor.
- Musanto, Trisno. 2004 . *Peran Pro-Aktif Perguruan Tinggi Dalam Pengembangan Usaha Kecil Dan Desa Binaan*. Artikel Majalah Ekonomi Universitas Airlangga Tahun XIV No.3 Desember Surabaya
- Nawawi, I. 2012. *Fikih Muamalah (Klasik dan Kontemporer)*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Novel, Dean, 2001, *Inkubator Bisnis Sebagai Salah Satu Sarana Pewujud Misi Perguruan Tinggi*, Makalah Dipresentasikan pada Seminar Kewirausahaan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pancasila, Jakarta, 15 Mei 2001
- Panggabean, Riana 2005. *Profil Inkubator dalam Penciptaan Wirausaha Baru*. Dari www.smecca.co.id, diunduh 23 maret 2019
- Rachmawati, Rina. 2011. *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)*. Jurnal Kompetensi Teknik. Vol. 2, No. 2. Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2004 tentang Perkebunan.
- Sakya, Andi Eka. 2005. *Mekanisme Penyelenggaraan Proses Inkubasi Bisnis Di Daerah*, Makalah. Dipresentasikan pada Seminar Nasional *Promoting Local Economy Through Business Incubation*, Institut Teknologi Bandung, 22 Desember, Bandung
- Setiawati, Rini Marlina. Djoefrie, M.H.Bintoro., Hardjomidjojo, Hartrisari. 2007. *Penentuan Produk Unggulan Berbasis Kakao Sebagai Alternatif untuk Meningkatkan Pendapatan Industri Kecil Menengah*. Jurnal MPI. Vol. 2, No.1.
- Suryana. 2005. *Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga
- Retnoningsih, Fitria, Iga Oka Suryawardani, dan Nyoman Parining. 2016. *Pemilihan Prioritas Strategi Pemasaran Coklat Olahan Berdasarkan Metode Analytical*

Hierarchy Process (Studi Kasus di Perusahaan Magic Chocolate, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali). E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata ISSN: 2301-6523 Vol.5, No.1, Januari 2016.

Taufik, Riyan., Sumantri, Yeni., Tantrika, Ceria Farela Mada. 2014. ***Penerapan Pemilihan Supplier Bahan Baku Ready Mix Berdasarkan Integrasi Metode AHP dan TOPSIS (Studi Kasus pada PT. Merak Jaya Beton, Malang).*** Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Industri. Vol. 2, No.5.

Wulandari, Jeni. 2009. ***Strategi Pengembangan Kawasan Industri Kecil Berbasis Komoditas Unggulan (Studi Kasus Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung).*** Strategic Management Journal. Vol.12, No.1.

Zimmerer dan Scarborough. 2005. ***Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, terjemahan***, edisi keempat, Jakarta: PT Indeks

Lampiran 1 Perhitungan Matriks Metode AHP

1. Prioritas Kriteria

	Variasi harga	Kualitas	Promosi		average	HK	HK/EF	lambda	CI	RI	CR
Variasi harga	1	5	4		0,66507	2,108637	3,170547	3,086949	0,043475	0,58	0,074956
Kualitas	0,2	1	0,33333		0,103847	0,313889	3,022598				
Promosi	0,25	3	1		0,231082	0,708892	3,067703				
	Variasi harga	Kualitas	Promosi		Eigen factor						
Variasi harga	0,689655	0,55555	0,75	1,995211	0,66507	Prio-1					
Kualitas	0,137931	0,11111	0,0625	0,311542	0,103847	Prio-3					
Promosi	0,172414	0,33333	0,1875	0,693247	0,231082	Prio-2					

2. Prioritas Alternatif Pada Kriteria Variasi Harga

	Jasa	Reseller	Kuliner		average	HK	HK/EF	lambda	CI	RI	CR
Jasa	1	0,2	3		0,19319	0,587811	3,042719	3,065819	0,032909	0,58	0,05674
Reseller	5	1	7		0,72351	2,272592	3,141082				
Kuliner	0,3333333	0,142857143	1		0,08331	0,251061	3,013655				
	Jasa	Reseller	Kuliner		Eigen factor						
Jasa	0,15789	0,14894	0,272727273	0,57956	0,193186	Prio-2					
Reseller	0,78947	0,74468	0,636363636	2,17052	0,723506	Prio-1					
Kuliner	0,05263	0,10638	0,090909091	0,24992	0,083308	Prio-3					

3. Prioritas Alternatif Pada Kriteria Kualitas Produk

	Jasa	Reseller	Kuliner		average	HK	HK/EF	lambda	CI	RI	CR
Jasa	1	0,333333	0,142857143		0,08331	0,251061	3,013655	3,065819	0,032909	0,58	0,05674
Reseller	3	1	0,2		0,19319	0,587811	3,042719				
Kuliner	7	5	1		0,72351	2,272592	3,141082				
	Jasa	Reseller	Kuliner		Eigen factor						
Jasa	0,09091	0,05263	0,106382979	0,24992	0,083308	Prio-3					
Reseller	0,27273	0,15789	0,14893617	0,57956	0,193186	Prio-2					
Kuliner	0,63636	0,78947	0,744680851	2,17052	0,723506	Prio-1					

4. Prioritas Alternatif Pada Kriteria Promosi Produk

	Jasa	Reseller	Kuliner		average	HK	HK/EF	lambda	CI	RI	CR
Jasa	1	0,200	0,333		0,10385	0,313889	3,022598	3,086949	0,043475	0,58	0,074956

Reseller	5	1	4	0,66507	2,108637	3,170547
Kuliner	3	0,250	1	0,23108	0,708892	3,067703

Lampiran 2 Perhitungan Matriks Metode AHP

	Jasa	Reseller	Kuliner		Eigen Factor	
Jasa	0,11111	0,13793	0,0625	0,31154	0,103847	Prio-3
Reseller	0,55556	0,68966	0,75	1,99521	0,665070	Prio-1
Kuliner	0,33333	0,17241	0,1875	0,69325	0,231082	Prio-2

5. Matriks Kombinasi Prioritas Kriteria dan Alternatif

	Jasa	Reseller	Kuliner		Eigen Factor Alternatif		EF Total
Jasa	0,19318606	0,08330788	0,103847382	x	0,665070243	=	0,161 Prio-3
Reseller	0,723506057	0,19318606	0,665070243		0,103847382		0,655 Prio-1
Kuliner	0,083307883	0,72350606	0,231082375		0,231082375		0,184 Prio-2